

Yo, mi-me, tú, red social: apuntes sobre la virtualidad y los adolescentes

Ignacio Castells

*"...esa banda inconsolable, de perros sin folleto,
brujas de alma sencilla, patéticos viajantes,
pobres tontos, pobres diablos,
lunáticos diamantes
prometidos de carne, lánguidos, impalpables..."*

Buenas noticias. Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota.

Hoja de ruta

La idea de este trabajo es abordar el uso de las redes sociales desde la clínica. Esto no implica hacer un juicio moral sobre ellas sino describir una dinámica en relación a cómo se inscriben las redes dentro del consultorio. Para tal fin se abordan cinco ejes que forman parte del título de este artículo: Yo (yo virtual), Mi-me (en tanto pronombre posesivo, mimé como pasado del infinito mimar y me en tanto lenguaje inclusivo), tú (en tanto segunda personal del singular) y red social.

Partimos de una serie de ideas directrices: las redes sociales permiten algún tipo de comunicación. Entendemos comunicación por la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. También entendemos que aquello a comunicar no siempre se comunica, es más, la comunicación siempre deja un resto inasible que es juez y parte del proceso.

La mayor parte de lo aquí recabado no surge de un profundo conocimiento o análisis de la vida social virtual sino de la lectura clínica, de las redes sociales de los pacientes, de sus redes sociales y de los relatos que ellos traen como consecuencia de ese vivenciar.

En ciertas formas de uso, las redes sociales llevan el lenguaje a su función icónica; el lenguaje en su función icónica tiende a la abstracción y esa abstracción genera *desvitalización* y fractura. En otros casos (en este artículo se citan algunos ejemplos) tienen una función positiva. Entendemos por función positiva un magma de situaciones, afectos y pasiones que surgen del uso de cualquier elemento cultural.

En español utilizamos comúnmente el nombre de red social para referirnos a las diversas maneras que existen para comunicarnos a través de internet. Estas redes incluyen Facebook, Twitter e Instagram nombrando solo las más populares.

Entendemos red social como ese conjunto de plataformas que sugieren comunicación. Sin embargo, el origen del término no es español sino anglosajón. El término en inglés es *social network*. Este término mantiene la parte social, pero incorpora algo diferente de la red (web). Incluye el *network*. Este término hace referencia a un conjunto de actividades socioeconómicas en las que profesionales y emprendedores se reúnen para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocios, compartir información y buscar clientes potenciales. Si bien el término *networking* suele usarse en empresas, existe algo de *networking* en las redes sociales. Por eso entendemos la "red" tanto como un lugar que alberga a personas virtuales en un mundo virtual así como también el lugar para sostener, difundir y promover la venta de productos: productos-amor, productos-belleza, productos-ideológicos son parte de ese entramado.

En ese sentido, este "trabajo en red" (*networking*) dista mucho del trabajo en red (web) que conocemos dentro del trabajo social, psicológico o médico que puede hacerse en lugares de pocos recursos o como abordaje terapéutico en un contexto clínico.

El *networking* plantea una variante al concepto manejado habitualmente dentro de los interrogantes que puedan surgir en relación al futuro. Una manera comercial de plantear estos avances incluye el cuestionamiento sobre qué tipo de computadora o dispositivo tendremos en el futuro haciendo énfasis en el consumo por el consumo mismo mientras que nuestro cuestionamiento aplica a tratar de problematizar qué es la adolescencia en época de redes sociales y de virtualidad.

Diríamos, entonces, que así como existe una web hay, también, un proceso que funciona por detrás de ella de *networking*, es decir, una función de producción de enunciados y creación de tendencias.

Lo privado de lo público y viceversa

En el intercambio virtual se generan fenómenos que incluyen y excluyen la intimidad.

La incluyen porque toda red, todo usuario de su propia red tiene la opción de crear su mundo, un mundo propio, personal. Esto implica la capacidad de dotarlo de una serie de características, elementos y particularidades que le otorgan "pertenencia". Esta pertenencia implica la sensación de "poseer" algo de esa virtualidad.

Por otro lado, excluyen la intimidad porque si bien pueden hacer propia su red social no tiene sentido si no es dada conocer a otros, si no se vuelve social en el sentido de hacerla pública.

Este doble juego (privado/público) es parte del intercambio que se da de forma continua. Yo te hago parte de mi mundo, pero es mi mundo en tanto y en cuanto vos te volvéis parte de él, sin que sea tu mundo es un poco tuyo, y sin que sea del todo mío es, en parte, tuyo. Esta modalidad fue incorporada por Sherry Turkle (2017)¹ en términos de un "*alone together*", en tanto una forma de compartir o no en la virtualidad.

Tomamos el *alone together* como parte del Mi. Este Mi es aquel pronombre posesivo que vuelve propia, asimila, una parte de esa virtualidad. Esto incluye normas, modos, valores, y también, finalmente, un marco delimitante sobre qué es lo propio y lo ajeno, qué está permitido y qué no.

Este Mi tiene particularidades que la propia red imprime dentro del fenómeno de lo virtual. Es a tal punto *camaleónica* la vida en las redes que los nombres propios, las personas de carne y hueso, esos que son quienes son, necesitan de una *validación* que establezca la veracidad de su existencia virtual. Algo así como una autorización de parte de la empresa proveedora del servicio para legitimar que aquel que dice que es, efectivamente lo es.

¹ Turkle, Sherry (1997). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*.

Las redes como fenómeno incluyen tanto la utilización de un sector absorbente de la sociedad con una capacidad receptiva sin igual para conquistar terrenos donde la virtualidad incorporada dentro de la comercialización de productos genera un plus de necesidad creada por empresas con el fin de promover la adquisición de bienes o servicios. En ese sentido, el Mi se transforma e incorpora la "necesidad" como plus para incorporar funciones que permitirán conquistar logros, metas y objetivos. En otras palabras, por momentos intentan tomar cautivo al adolescente y usarlo a través de prometer falsos ideales (abdominales marcados, viajes lujosos, mansiones tropicales, etcétera).

Planteamos que el funcionamiento de lo virtual incluye dentro de su propia lógica un fenómeno de tipo evocativo; se trata de secuencias lentas que generan fascinación y alteran la ecuanimidad. Este tipo de funcionamiento incluye y excluye fenómenos de amplitud. Los incluye en tanto incorpora modos abiertos de permanecer en las redes y los excluye en tanto las delimitaciones propias de las plataformas virtuales plantean variante de tipo sí o no (*like*, no *like*, favorito o no favorito, etc.). Algo de esto ha sido captado por los programadores de juegos que, tomando tal vez conocimiento de las limitaciones de las redes sociales, incorporan dentro de los juegos variables infinitas² incluyendo múltiples opciones para elegir dentro de cada juego, incorporando también micro redes sociales en los propios juegos o plataformas de juego.

En la clínica, este proceso, este Mi, incluye fenómenos de megalomanía que se vinculan con el yo ideal. Megalomanía para permitir generar el ideal instantáneo de conquista de la "mujer del momento", o compra del "auto más rápido" y sus diferentes variantes. Yo ideal en el sentido de promover un funcionamiento de tipo imaginario donde todas las caras del espejo reflejan una misma operación: la propia. Se forma en ese sentido una matriz de autorreflejo donde las únicas variantes son las propias, las únicas ideas son las propias y no hay posibilidad de dialectizar con otros. Se anula toda subjetividad ajena o propia que no esté dentro de un marco previo. Esta suerte de cápsula de espejos genera el "mi-me". El mi-me, variante fonética del "mimame" es el suspiro narcisista que incluye únicamente lo propio y excluye, justamente, cualquier atisbo de posibilidad de asimilar lo nuevo o lo diferente. Nunca mejor asociada la manía con la sensación del éxito rotundo propuesto por las redes, sensaciones y sucesos fijos, estáticos amparados en la estrategia de no contemplar pérdidas o conflictos. Mimame, opiná lo mismo que, sé un poco yo conmigo, vivamos "enmimismados" en un mundo que no reconoce las

² Un paciente me pide que no lo interrumpa porque quiere contarme todo lo que ocurrió en un juego en línea. Ese relato le toma cuarenta minutos, incluye interacción con sus amigos, problemas estratégicos en relación al juego, y proyectos para hacer luego de terminado el juego.

pérdidas y de esa forma disminuamos cualquier tipo de tristeza que pueda, trágicamente, anular la esperanza de nuestro yo ideal.

Algo de esto, ampliado a otros grupos etarios, se puede ver “en la opinión como hecho no singular”³, donde hay una tendencia a generar opinión, generarla en tanto producción de un contenido e inserción de ese contenido en el propio psiquismo del sujeto. No solo es un dispositivo *opinador* aquel que nos compele a opinar, es una máquina⁴ que funciona produciendo significaciones ajenas camufladas como propias.

Esta máquina opera no sin la voluntad de tender hacia un ideal de felicidad. Felicidad que parece estar definida en términos de poseer y con niveles de abstracción lo suficientemente difusos de modo de poder escurrirse en tanto imperativos que van desde la posesión de tal o cual mercancía, al “viajar”, como hecho que permite conseguir minutos de libertad, hasta la hipertrofia muscular adquirida en gimnasios con el único fin de exhibirla.

Lo curioso del modelo es que aquello asociado a la felicidad siempre está ahí afuera y en futuro: la lógica pregonada se basa en el “haz esto para conseguir esto otro”. Es el ideal de un cuerpo perfecto, viaje perfecto, salida perfecta donde la variable perfecta puede ser sustituida por feliz sin problemas obteniendo el mismo resultado.

Existe, también, otra variante que no implica necesariamente la posesión de un objeto. Esta variante incorpora las emociones positivas⁵ como régimen que, de ser incorporado permitiría *salir* de la depresión, *eliminar* la ansiedad y *llegar* a una meta imaginaria.

Estas emociones positivas comparten la modalidad anterior en el sentido de ofrecer salidas rápidas, no reflexivas y automáticas. Sin sufrimiento, sin conflicto. No en vano los verbos (significantes cristalizados) acompañan la propuesta publicitaria tendiendo a desaparecer el sujeto y el predicado. Es así como el “salir”, el “tener” y el “eliminar” (solo a título de ejemplo) funcionan como ejes directrices del *must do*. No resultaría raro ver qué ocurriría si anuláramos la carcasa publicitaria con sus colores y ornamentas: solo tendríamos imposiciones.

Estas dos modalidades (la de la incorporación y la del desarrollo de emociones positivas) sostienen un mismo andamiaje: ofrecen una felicidad sin preguntas, sin cuestionamientos, plantean una felicidad como meta⁶ y no como pregunta.

³ <http://www.pablohupert.com.ar/index.php/laopiniondecadauno/>

⁴ Deleuze, G. y Guattari, F. (1986). *Nomadology, the war machine*. *Autonomia*.

⁵ Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad*. Caja Negra editora.

⁶ Agamben, G. (2001). *Medios sin fin: Notas sobre la política*. Ed. Pre-Textos.

El deseo como instancia queda relegado a la consecución de un fin, desear la felicidad en este caso es el deseo de una promesa, es el deseo de un contenedor de promesas⁷ siempre disponibles en un más allá plagado de esperanzas itinerantes.

En 1967, Guy Debord⁸ abordó aquello que él consideraba que era la constitución de una maquinaria de mercancías por encima de los vínculos sociales. Este modo de funcionamiento incluía la preponderancia del tener y de las apariencias. El texto contenía cientos de máximas que marcaban el tono de la propuesta. Una de ellas sugería que el espectáculo, la sociedad del espectáculo, era aquel tipo de sociedad mediada por imágenes. En el caso que describimos, la máquina de producción de contenidos (donde tomamos la fomentación de productos-amor, productos-belleza, etc.) incorpora la imagen para generar una falsa autenticidad y una seudointimidad asociada al consumo de determinados productos o bienes. Instauro un espectáculo de la intimidad que se caracteriza por lo efímero en tanto pasajero y banal y por una sistematicidad de los contenidos, suerte de bombardeo de estímulos en pos de aumentar o sostener el consumo de determinados productos. En palabras de Debord, cuando la cultura es convertida íntegramente en mercancía, ella también debe pasar a ser la mercancía-*vedette* de la sociedad espectacular. Tal vez exagerado, no planteamos que toda cultura esté sometida a este fenómeno, pero sí ciertas variables de aquello que proponemos como situación "mimame" dentro de la clínica forman parte de la estructura comercial que sostiene este modo de funcionamiento. En este caso, la cultura (virtual) es convertida (parcialmente) en mercancía (productos-amor, belleza, etc.) y se transforma en la *vedette* a poseer. Uno de esos íconos es el gesto en tanto repetición sistemática y monocorde como invitación al consumo de tal o cual producto.

Volviendo al adolescente: los hechos antes descritos generan, dentro de su mundo, dos polos. La vida virtual en tanto condimento actual y posible dentro del ciclo vital que incluye la condición de posibilidad de incorporar las redes sociales como medio para fines y, por otro lado, la variante del "mimame", esa suerte de cápsula narcisista que genera fenómenos de vacío y encierro e instauro dentro de ese marco alienante la

necesidad de recurrir a la fuga como un fin en sí mismo. Suerte de *claustrum*⁹ de los fenómenos virtuales, la cápsula del mimame asfixia al adolescente dotándolo de un yo-ideal que termina operando por encima y saturando su propia espontaneidad. El mimame aparece en la necesidad del ser visto, del mostrarse, de ser en tanto se puedan recolectar *likes*, *me gusta's* dependiendo la red social utilizada. Este

⁷ Ahmed, S. Op. cit, p. 111.

⁸ Debord, G. (2012). *La sociedad del espectáculo*. La marca editora.

⁹ Meltzer, D. (1992). *Clastrum. Una investigación sobre los fenómenos claustrofóbicos*. Spatia.

funcionamiento, disgregado y fragmentado comienza a hacer ruido dentro del consultorio e incluso a nivel familiar. Son aquellos chicos aislados en tanto interaccionan en un mundo de posibilidades finitas¹⁰: mundo autista de soluciones rápidas e instantáneas. Ese mundo, sin embargo, fundamentalmente, cuando se produce el cambio de escuela secundaria a universidad o cuando entran en juego los intercambios amorosos del adolescente, se vuelve fútil en tanto no contiene más que su propio reflejo, está vacío de contenido. Allí, en esos momentos de crisis, puede surgir el fenómeno de la fuga.

Fugas y farra

La fuga es una salida, un escape. Este escape es una salida abrupta, inmediata, carente de dudas y de preguntas. Es una fuga aislacionista, es la paradoja del irse sin moverse. Surge y aparece como fenómeno residual de no poder hacer frente al mundo que se le plantea al adolescente, de no aceptar la caducidad frente a la omnisciencia parental. La necesidad de recurrir a la fuga se ancla ante la dificultad que transita el adolescente al no poder tomar una actitud verdaderamente revolucionaria. Esta salida inmediata, el alarido por encima de la música incluye un fenómeno paradójico de detención y estatismo.

Este tipo de escape queda bien diferenciado de lo esperable dentro de la adolescencia, una "fuga saludable", la farra¹¹, que incluiría salidas, reuniones con amigos, las conquistas amorosas y toda la fenomenología habitual que coexiste en el mundo del adolescente y que tienen de por sí una actitud desafiante frente a cierto *statu quo* familiar.

El proceso de irse contiene dos variantes. Existe aquella separación más o menos saludable en la cual el adolescente comienza una vida social intensa y esa vida es aceptada por sus padres. Esta vida social intensa no necesariamente implica una vida alejada de sus padres. Con alejada nos referimos a planteos que van más allá de la discusión cotidiana y que tienen que ver con preguntas en relación al propio adolescente, que el propio adolescente comienza a cuestionarse.

La otra variante es el *pathos* de la fuga, es la salida por la vida criminal, hace ruido, pero un ruido asociado más al grito que al rock¹². Sugerimos que tal vez sea

¹⁰ ¿No hay acaso una continuidad histórica entre el jugueteo de la carterita bivalva de Ida Bauer y el golpeteo sistemático en las pantallas de chat de los celulares en el consultorio?

¹¹ Irse de farra, salir de farra suelen ser formas en las que los padres se refieren a las salidas adolescentes.

¹² Alba, Enrique (2007). "El regreso de Soda Stereo" en *Controversias* Número 1 (http://www.controversiasonline.org.ar/images/stories/Controversias/Ano1_N1/Espanol/1_alba%20otro.pdf)

la música (el rock, la música rock en el artículo de Enrique¹³) aquella que permite que:

El espectador pasa a ser parte del espectáculo; se rescata una subjetividad que inscribe al sujeto en un momento y un contexto particular que lo interroga y lo inscribe en el acontecimiento más allá de la captura alienante de la masa... (p. 2).

Espectador en el caso citado parece tener algo de activo, es decir, algo de aquel que se involucra, incluso en el disenso. Las redes, tomando el artículo de Alba, forman parte de esa masificación homogeneizante de multitudes conformes y acuerdo a leyes.

Sin preguntas no hay revolución, el consenso no siempre es amigo de la reflexión.

En este camino de revolución surgen planteos altisonantes que ocurren sin el control o la nómina de marcos *estandarizantes*. El *me*, como lenguaje inclusivo, más allá de tomarlo o no como parte de nuestra pronunciación diaria, proviene de un grupo que no podemos tomar en tanto producto o en tanto venta. Surge como letra esquivada que se acopla tanto como planteo frente a la formalización diaria de los discursos como también frente a la crítica por considerarlo hipócrita, esnob o infame¹⁴. La incorporación de esa nómina indomable forma parte de los enunciados incontrolables que se dispersan sin pedir permiso, irrumpen desde la propia capacidad de atravesar fronteras. Tal vez sea por eso que estas características surjan en la adolescencia o de grupos adolescentes fundamentalmente vehiculizados a través de las redes sociales. Este surgimiento plantea a las claras una modalidad de red social que no necesariamente es aislacionista y que fomenta formas de contacto con pares e incluso proyectos de cambio y revolucionarios.

Juntos pero no revueltos

La búsqueda frenética de consenso, el aceptar lo dado como religión fomentan modos ilusorios del "*alone together*".

¹³ Op. cit.

(http://www.controversiasonline.org.ar/images/stories/Controversias/Ano1_N1/Espanol/1_alba%20otro.pdf)

¹⁴ Arturo Pérez Reverte dio su "palabra" de renunciar a la RAE si se revisara la incorporación del lenguaje inclusivo.

Para el adolescente, la posibilidad de desarrollar su potencialidad, en tanto capacidad de poder expresarse forma parte de los desafíos que ha de sortear y que incluso lo pondrán en disonancia con ciertas normas del mundo adulto.

En ese sentido, todo adolescente atraviesa por un momento de preguntarse cuáles son las posibilidades de su "yo puedo"¹⁵ y atraviesa la posibilidad de decirse "así lo quise"¹⁶. Esta doble asunción implica, por un lado, un proceso no carente de crisis, que resulta en avances y retrocesos no libres de angustia y culpa y, por el otro, la capacidad de tomar contacto con sus propias constelaciones. Es decir, incorporar lo propio dentro de una lógica que lo excede no en tanto adolescente sino en tanto ser humano.

La lógica revolucionaria del adolescente no es el ruido sino la música del hacer propio lo heredado¹⁷.

El así lo quise implica tomar responsabilidad, supone una ética que va más allá de lo bueno y de lo malo, implica salirse de la lógica religiosa¹⁸ del haz esto para ser feliz. El "así lo quise" es la asunción de una identidad no tanto cristalizada sino dinámica y movable, reflexiva y dialéctica. Esta asunción le permite al adolescente incorporar su propia potencia como lógica vital en su estar-en-el-mundo.

Agamben retoma una introducción de la obra *Réquiem* de la poeta rusa Anna Akhmatova. Allí el "yo puedo" toma consistencia. A su decir, el yo puedo no es una certeza ni la consecución de un plan, no es algo definitivo, es una pregunta que desliza al sujeto frente a su propia potencia, es una pregunta ya no realizada por un otro sino su propia pregunta frente a la experiencia de estar vivos, es la capacidad de asumir la narrativa de su propia ética. Historizar, tomándolo desde esta perspectiva, no es encontrar una manera pacífica de transitar un hecho, o de buscar consenso, o encontrar sentido; historizar implica simbolizar, eslabonar de un modo significativo los efectos de lo acontecido traumático¹⁹. En el adolescente, este "acontecido" se presentifica todo el tiempo. Este historizar es permanente e implica dosis equivalentes de incomodidad, incertidumbre reunidos en un malestar que, de acuerdo a su magnitud, puede ser inhibitorio pero también productivo. Golpea al analista no solamente con las preguntas del adolescente sino con re-transitar sus propias preguntas y sus propios cuestionamientos en la transferencia.

¹⁵ Agamben, G. (2007). La potencia del pensamiento. Adriana Hidalgo editora.

¹⁶ Rorty, R (1989). *Ironía, contingencia y solidaridad*. Paidós.

¹⁷ Algo similar plantea Goethe cuando dice "aquello que has heredado de tus padres, adquiérello para poseerlo".

¹⁸ Nietzsche, F. (2009) *El crepúsculo de los ídolos*.

¹⁹ Bleichmar, S. (2010). *Psicoanálisis extramuros, puesta a prueba frente a lo traumático*. Entre Ideas editora.

Tal vez el psicoanálisis con adolescentes nos enseñe, más que ningún otro, la noción de poner de lado cualquier atisbo moral sobre los comportamientos y emociones. Esto es, alejar el eje sobre lo bueno y lo malo para poder contemplar y devolver aquella información que nos dan. Algo tan trivial pero que tan bien conceptualizó Freud en su ejemplo de la luna. El hecho de esta propuesta permite, no sin molestias, entender que la libertad comienza por el hecho de aceptar el deseo como tendencia o vector que delimita un quehacer que va más allá de cualquier intento de restricción. Restricción que solo generaría la falsa ilusión de un bien mayor que es el que tendríamos que fomentar para *llegar* a ciertas metas. Esta falsa objetividad se ha confundido la más de las veces con ideas y comportamientos basados en el silencio e incluso en su par opuesto, la charlatanería.

Los tiempos de la objetividad del psicoanálisis de adolescentes poco tienen que ver con uno u otro, tampoco funcionan en términos de establecer regulaciones morales basadas en criterios propios; tolerar esa propia libertad de dejar ser a otro es, también, parte del trabajo psicoanalítico.

Resumen

El texto articula las redes sociales desde la clínica utilizando como referentes su desarrollo y psicopatología vinculándolo con fenómenos que incluyen diferentes formas de narcisismo, el uso del lenguaje inclusivo asociado a modos en los cuales el adolescente encuentra o no formas de expresarse.

Descriptores

Adolescencia, narcisismo, redes sociales, lenguaje, internet

I, follow-me, you and yourself, social media

Abstract

The text links the social networks from the clinic using as references its development and psychopathology, linking it with phenomena that include different forms of narcissism, the use of inclusive language associated with ways in which the adolescent finds or not ways to express himself.

Keywords

Adolescence, narcissism, réseaux sociaux, langage, internet

Moi, abonne, votre, réseau social

Rèsumè

Le texte articule les réseaux sociaux de la clinique en utilisant comme références son développement et la psychopathologie en le reliant à des phénomènes incluant différentes formes de narcissisme, l'utilisation d'un langage inclusif associé à des façons par lesquelles l'adolescent se trouve ou ne s'exprime pas.

Mots clés

Adolescence, narcissism, social networks, language, internet

Bibliografía

- Agamben, G. (2007). *La potencia del pensamiento*. Adriana Hidalgo editora.
- (2001). *Medios sin fin: Notas sobre la política*. Ed. Pre-Textos.
- Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad*. Caja Negra editora.
- Alba, E. (2007). "El regreso de Soda Stereo" en *Controversias* Número 1. (http://www.controversiasonline.org.ar/images/stories/Controversias/Ano1_N1/Espanol/1_alba%20otro.pdf)
- Bleichmar, S. (2010). *Psicoanálisis extramuros, puesta a prueba frente a lo traumático*. Entre Ideas editora.
- Debord, G. (2012). *La sociedad del espectáculo*. La marca editora.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1986). *Nomadology, the war machine*. Autonomedia.
- Meltzer, D. (1992). *Clastrum. Una investigación sobre los fenómenos claustrofóbicos*. Spatia.
- Nietzsche, F. (2009). *El crepúsculo de los ídolos*. Gredos.
- Rorty, Richard (1989). *Ironía, contingencia y solidaridad*. Paidós.
- Turkle, S. (1997). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*.